Наведена модель на рис.3 є основою методики побудови обліку виробничих витрат на олійно-жирових підприємствах через локалізацію їх за технологічними переділами («центрами виникнення» витрат) і забезпечує інформацією, як для контролю за їх видами і рівнем для цілей бюджетування, так і для аналізу поведінки витрат, що особливо важливо для обґрунтованих розрахунків виробничої собівартості.

Для бюджетування виробничих витрат необхідною умовно є їх контроль на підставі нормативного методу обліку і контролю. Порівняння фактичних витрат з допустимими (нормативними) дозволяє відповідальному менеджеру за «центр відповідальності» оперативно реагувати та контролювати роботу на своїй ділянці виробництва.

Облікові дані необхідні не тільки на стадії складання бюджетів кожного «центру відповідальності» (звичайно на підставі фактичного і планового їх рівня за минулі періоди), але й на наступних стадіях бюджетного циклу при контролі і аналізі виконання встановлених показників. Для забезпечення проведення бюджетного аналізу, з метою складання бюджету наступного періоду, управлінські служби повинні мати як бюджетні показники, так і фактичні показники виконання бюджету.

Висновки Таким чином, необхідною умовою здійснення бюджетування на олійно-жирових підприємствах є побудова управлінського обліку за «центрами відповідальності» з деталізацією за «місцями виникнення витрат», «центрами витрат», що забезпечить оперативний контроль за виконанням бюджетів в сучасних умовах.

Джерела та література:

1. Голов С. В. Управлінський облік. Підручник. – 4-те вид. – К. : Лібра, 2008. – 704с.
2. Нападовська Л. В. Управлінський облік : Підруч. для студ. вищ. навч. закл. – К. : Книга, 2004. – 544с.
3. Кузьмін О. Є. Бюджетування в системі управління організацією : теоретичні та прикладні засади : [монографія] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Кондор, 2007. – 234
4. Чумаченко М., Білоусова І. Проблеми обліку виробничих витрат і калькулювання собівартістю продукції в промисловості // Бухгалтерський облік і аудит. – 2009. – №4. – С. 3-10.
5. Щипанова О. В. Досвід упровадження системи управлінського обліку на українських підприємствах на сучасному етапі / О. В. Щипанова, А. В. Галенко // Економічний простір. – 2011. – № 48/2. – С. 317-325.

Яремко А.О. **УДК 568.15.009.12**

КОМПЛЕКСНИЙ КОМПАРАТИВНИЙ АНАЛІЗ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ВИЗНАННІ ЇХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ

Анотація. *Доведено необхідність запровадження у практичну діяльність торговельних підприємств України комплексного компаративного аналізу. Розкрито підходи до трактування змісту та основних завдань комплексного компаративного аналізу з метою забезпечення ефективності системи менеджменту торговельних підприємств. Запропоновано шляхи здійснення моніторингу ситуацій у бізнес-середовищі, оцінки можливостей і намірів конкурентів та ділових партнерів для забезпечення ефективної діяльності торговельного підприємства.*
Ключові слова: *комплексний компаративний аналіз, конкурентне бізнес-середовище, система менеджменту.*

Анотация. *Доказана необходимость внедрения в практическую деятельность торговых предприятий Украины комплексного компаративного анализа. Раскрыты подходы к изложению содержания и основных задач с целью обеспечения эффективности системы менеджмента торговых предприятий. Предложены пути осуществления мониторинга ситуаций в бизнес-среде, анализа экономического потенциала исследуемого предприятия, оценки возможностей и намерений конкурентов и деловых партнеров для обеспечения эффективной деятельности торгового предприятия.*
Ключевые слова: *комплексный компаративный анализ, конкурентная бизнес-среда, система менеджмента.*

Summary. *Proved the necessity of introduction in practical activities of Ukrainian trade enterprises the complex comparative analysis. Disclosed approaches to the presentation of the contents and the main objectives to ensure the efficiency of the system of management of trading enterprises. The ways to monitor situations in the business environment, analyzing the economic potential of the investigated companies, assessing capabilities and intentions of competitors and business partners to ensure the efficient operation of commercial enterprise are proposed. Implementation of complex comparative analysis of economic activities of commercial enterprise involves the detection and study of the strengths and weaknesses of similar businesses and competitors, as well as generalizations and adopting practical application of their work experience. Such features allow a system of measures to take into account internal and external factors impact on the economic activities of commercial enterprise. Effectiveness of commercial enterprise, which is reflected in the extensive and intensive performance indicators of its activity is a key parameter in the management system for the identification of positioning the company in the business sector. The necessity of developing an integrated approach to the multivariate analysis of business, based on the principle of comparative is justified in this article.*
Key words: *complex comparative analysis, competitive business environment, management system.*

Постановка проблеми. На шляху реформування економіки України та генерації соціально орієнтованої моделі господарювання розвиток внутрішнього ринку та торгівельної галузі як його складової є основним індикатором трансформаційної векторизації економіки [11].

В сучасних глобалізаційних умовах конкуренція стає найважливішим фактором трансформації як економіки країни загалом, так і торговельної галузі зокрема. У цих умовах набувають суттєвого значення питання ефективного функціонування найменших господарюючих одиниць – торговельних підприємств, проблеми визначення векторів, масштабів і глибини їх взаємодії між собою на ринку, утворюючи конкурентне бізнес-середовище. У зв'язку з цим, актуальності набуває питання оптимізації бізнес-відносин з існуючими та новими партнерськими групами та закладення фундаменту для забезпечення стабільної конкурентоспроможності торговельного підприємства у довгостроковому контексті.

Сучасний стан розвитку ринкової економіки, для якого характерним є глобалізаційно-трансформаційний характер, породжує високого рівня конкуренцію серед суб'єктів всіх галузей національної економіки. Торгівля як найбільш динамічна галузь національної економіки, що забезпечує процеси обміну між суб'єктами господарювання, за своєю суттю належить до ринкової економіки і саме тому органічно сприймає як позитивні, так і негативні її сторони.

На сьогоднішній день в розвитку держави торгівля є найпоширенішим видом економічної діяльності більшості підприємств реального сектора економіки незалежно від форм власності. Так, 24,9% об'єктів ЄДРПОУ здійснюють торговельну діяльність [14, с. 62], в структурі малих підприємств їх частка сягає 21,4% [14, с. 62].

Частка торгівлі у формуванні ВВП України є значною і має стійку тенденцію до зростання (рис.1). Якщо в 1990р. торгівля та громадське харчування забезпечували 4,5% ВВП України, в 1995р. – 5,9%, у 2005р. – 11%, то у 2011р. досягла 27,3% [14, с. 21].

Протягом останніх років роздрібна торгівля в Україні зростає високими темпами (рис.1), в 2011р. характеризувалась оборотом в 350059 млн грн., і в порівнянні з 2010р. зросла на 24,6%, а з 2007р. – на 96,4%. Така статистика свідчить про стрімке посилення конкуренції, що, безумовно, створює цінність як для споживача, який має вибір ціни, якості, асортименту продукції та місця придбання, так і для самого торговельного підприємства, що визначає ступінь його економічного розвитку.

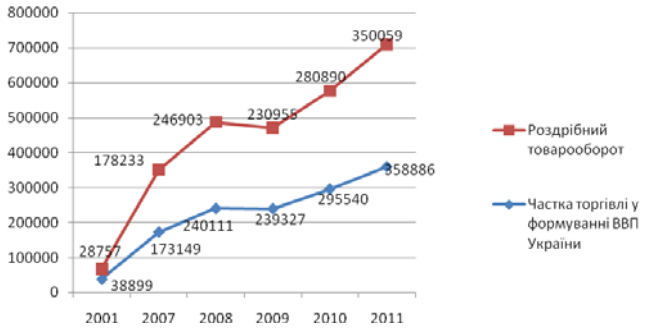

Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту в Україні та формування ВВП України в частині галузі торгівлі за період 2001-2011рр. (млн.грн).

Всі ці перелічені характеристики сучасного стану торгівлі свідчать про стрімке посилення ролі торгівельної галузі в глобальному економічному зростанні національної економіки. Екстраполюючи позитивні темпи розвитку вітчизняної роздрібної торгівлі на найближчу перспективу, можна впевнено стверджувати, що за кілька років конкуренція у торгівельній галузі набуде такої ж гостроти, що вже давно існує на Заході. Саме це обумовлює необхідність посилення ефективності системи менеджменту торговельного підприємства з метою підвищення економічного потенціалу підприємства, що забезпечить йому стабільне позиціювання у конкурентному бізнес-середовищі.

Трансформаційно-глобалізаційні процеси, що притаманні сучасним ринковим умовам, породжують численні питання емерджентного характеру на макрорівні і потребують вирішення на мікрорівні – шляхом посилення ефективної діяльності налагодженої, упорядкованої системи менеджменту торговельних підприємств.

Самостійне функціонування торговельного підприємства обмежене необхідністю забезпечення конкурентоспроможності на ринку. Тому для нормальної діяльності підприємства необхідні не лише знання його економічного потенціалу, але й моніторинг ситуацій бізнес-середовища, оцінка можливостей і намірів конкурентів та ділових партнерів [3]. Забезпечити цю потребу зможе комплексний компаративний аналіз господарської діяльності, що носить прикладний характер і безпосередньо пов'язаний з практичною діяльністю торговельного підприємства.

На сьогоднішній день головною проблемою майже кожного торговельного підприємства є питання його виживання та забезпечення безперервного функціонування у конкурентному середовищі. Своєчасне діагностування стану господарської діяльності торговельного підприємства, швидке реагування на виявлення негативних тенденцій забезпечить ефективне вирішення цієї проблеми.

Сучасні концепції менеджменту господарської діяльності торговельних підприємств мають ґрунтуватися на тому, що процеси формування, розподілу і використання фінансових ресурсів здійснюються в умовах невизначеності, під перманентним впливом низки деструктивних факторів.

Без створення адаптивної системи прийняття рішень процес управління ресурсами підприємства втрачає свою ефективність та доцільність.

Концептуальною основою такої системи є комплексний компаративний аналіз господарської діяльності торговельного підприємства, що визначає його рівень розвитку і місце на ринку, дозволяє дослідити динаміку комплексних показників, і за принципом компаративності порівняти їх з аналогічними показниками інших підприємств, забезпечуючи можливість виявлення основних конкурентів і окреслення реального позиціювання торговельного підприємства серед них.

Здійснення комплексного компаративного аналізу господарської діяльності торговельного підприємства передбачає виявлення і дослідження сильних і слабких сторін аналогічних підприємств-конкурентів, а також узагальнення, переймання та практичне застосування досвіду їх діяльності. Такі можливості дають змогу розробити систему заходів, спрямованих на врахування зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на здійснення господарської діяльності торговельного підприємства. Проте проблема розробки таких заходів комплексного аналізу для створення інформаційної бази прийняття управлінських рішень є найскладнішою при адаптації торговельного підприємства до ринкових умов.

Вирішення даної проблеми викликає необхідність розробки комплексного багатоваріантного підходу до аналізу господарської діяльності торговельного підприємства, базуючись на принципі компаративності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності, ролі та значення комплексного аналізу господарської діяльності у наукових джерелах досліджувалися та обґрунтовувалися багатьма вченими-економістами, з яких найвагоміший внесок у розвиток теорії комплексного аналізу здійснили А.Д. Баканов [2], О.Н. Волкова [5], В.В. Ковальов [6], В.Г. Когденко [7], В.П. Любушин [8], Є.В.Мних [9], Г.В. Савицька [12], Л.О. Тижненко [13], А.Д. Шеремет [15] та ін.

Результати дослідження економічних джерел дозволяють констатувати, що єдиної думки щодо сутності, ролі та значення комплексного аналізу серед науковців не існує, що свідчить про необхідність удосконалення трактування його сутності.

Невирішені частини проблеми. Слід зазначити, що тривалий час сфера застосування комплексного аналізу господарської діяльності надмірно звужувалась, визначаючи його сутність лише як методичний прийом економічного аналізу. Проте, в силу стрімкого розвитку ринкових умов та корпоратизації, підвищення ролі конкурентного середовища, появи нових партнерських груп, поступово виникла необхідність розширення цільового спрямування комплексного аналізу, дефінуючи його при цьому не як методичний прийом, а як новий демократичний вид економічного аналізу. Так, за методикою Г.В. Савицької, фінансовий аналіз є частиною комплексного аналізу господарської діяльності підприємства, його методичним інструментом. Комплексний аналіз здійснюється за такими напрямами: аналіз формування і розміщення капіталу і ефективності його використання; аналіз наявності та використання ресурсів; аналіз маркетингової діяльності, який полягає у дослідженні платоспроможного попиту на продукцію, ринків збуту, оцінці конкурентоспроможності продукції і пошуків резервів підвищення її рівня; аналіз реалізації продукції; аналіз фінансових результатів підприємства; аналіз фінансового стану підприємств [12].

Якісно новий підхід при здійсненні комплексного аналізу полягає в його базуванні та компаративному підході. Мова йде не про звичайні порівняння, і не про порівняння як метод філософського пізнання, а про такий підхід до вивчення ринкової реальності, що визнає різноманіття досліджуваних торговельних підприємств-конкурентів характерною рисою цієї реальності і передбачає застосування в її дослідженні спеціальних засобів і прийомів.

Метою дослідження є розробка й обґрунтування пропозицій щодо запровадження вітчизняними торговельними підприємствами у своїй практичній діяльності комплексного компаративного аналізу господарської діяльності як демократичного виду економічного аналізу, що продукуватиме підвищення ефективності системи менеджменту, забезпечуючи торговельному підприємству конкурентні переваги як рушійний фактор його позиціювання в ринковому бізнес-середовищі.

Основні результати дослідження. Ефективність функціонування торговельного підприємства, що знаходить своє відображення в екстенсивних та інтенсивних результативних показниках його діяльності, є ключовим параметром у системі менеджменту в аспекті якісно нового підходу до ідентифікації позиціювання підприємства в бізнес-сфері. Фундаментальною основою такого підходу є комплексний компаративний аналіз, який здійснюється для визначення економічного потенціалу торговельного підприємства і порівняння його з певним ринковим еталоном.

Сучасні фахівці з методології наукових досліджень використовують поняття «компаративний» як синонім порівняльних досліджень. Термін «компаративний» походить від латинського слова comparatives – порівняльний. Авторитетний англомовний вебстерівський словник дає узагальнене визначення терміну «компаративний» - порівняння з метою визначення подібностей чи відмінностей двох або більше об’єктів. Компаративний напрям досліджень бере свої витоки з епохи формування порівняльної філософії, політології та права, а вже згодом набуває розвитку в економічній компаративістиці.

Крім відсутності єдиного підходу до трактування поняття комплексного компаративного аналізу господарської діяльності, в економічній літературі існує невизначеність щодо його розуміння як методу чи виду економічного аналізу.

Порівняльний метод – не лише самостійний загальнонауковий метод, а й не менш важлива складова інших методів економічного аналізу. Оскільки при комплексному аналізі господарської діяльності торговельного підприємства до уваги беруться всі аспекти його діяльності, то й методичний інструментарій, що використовуватиметься при цьому охоплюватиме весь наявний арсенал методологічних прийомів економічного аналізу. Тобто, компаративний аналіз розуміється не тільки як метод порівняння, а й як арсенал взаємозалежних методів дослідження більше одного підприємства. Таким чином, термін комплексного компаративного аналізу набуває значно ширшого значення, виходячи з меж його поняття як методу.

На нашу думку, комплексний компаративний аналіз господарської діяльності торговельного підприємства слід розглядати як якісно новий демократичний вид економічного аналізу, що забезпечує полівекторну оцінку всіх аспектів діяльності підприємства на основі системи параметрів, які відображають всі сторони його діяльності, ідентифікацію та ступінь впливу стимулюючих та деструктивних факторів, визначення сильних і слабких сторін функціонування, і дефініювання компаративним шляхом місця торговельного підприємства в конкурентному середовищі, а також забезпечення його стабільного, безперервного та високоефективного позиціювання на ринку.

Комплексний компаративний аналіз, розкриваючи свою сутність, має розглядатися, в першу чергу, через призму конкурентних переваг. Наукове осмислення проблеми конкурентоспроможності торговельних підприємств, розпочате в останні роки, відбувається в умовах досить складних трансформаційно-глобалізаційних процесів. Проте методологічні підходи до вивчення конкурентоспроможності торговельних підприємств, умови її формування, а також інші проблеми, пов’язані з цим економічним явищем, далекі від свого практичного вирішення. Саме цим обумовлюється актуальність поліспектрального дослідження конкурентроспроможності торговельних підприємств та розробка механізмів його конкурентних переваг. [1]. Вирішення цих питань вимагає нових практичних дій, націлених на формування та розвиток конкурентоспроможності торговельних підприємств, забезпечити які зможе комплексний компаративний аналіз шляхом превентивного моніторингу всіх векторів діяльності торговельного підприємства та його суперників, визначаючи тим самим його конкурентні переваги як рушійний фактор функціонування підприємств в глобалізаційних умовах.

Таким чином, конкурентні переваги торговельного підприємства можна трактувати як стан суспільно-економічних ринкових відносин, пов'язаний із забезпеченням умов стабільного підвищення ефективності господарювання підприємства, адаптованого до змін ринкової кон’юктури та попиту на основі розкриття конкурентних переваг торговельної галузі та досягнення кращих, ніж у конкурентів, фінансово-економічних параметрів. Основними факторами, що визначають конкурентоспроможність торговельного підприємства на ринку,є:

- якість задоволення споживчого попиту;
- ресурсний потенціал;
- ефективність господарської діяльності торговельного підприємства;
- стабільний фінансовий стан та платоспроможність торговельного підприємства.

Плюралістичний підхід до методики здійснення комплексного компаративного аналізу дає можливість врахувати специфіку діяльності торговельного підприємства (наприклад, торгівельні мережі, магазини чи просто кіоски) і найбільш точно ідентифікувати основних конкурентів шляхом попередньої оцінки їх фінансового стану як основного критерію первинної стратифікації для подальшого комплексного компаративного аналізу. Мається на увазі, що комплексний компаративний аналіз не створює меж в методиці його здійснення, а, навпаки, дозволяє використовувати весь арсенал методичних прийомів з метою врахування навіть найменших факторів впливу бізнес-середовища на діяльність торговельного підприємства.

Проте, оперування виключно даними про діяльність торговельного підприємства не дасть можливості оцінити його реальний потенціал на ринку. Щоб дефініювати рівень конкурентоспроможності підприємства, необхідно дотримуватися умови компаративності цих же показників з аналогічними показниками конкурентів.

Компаративний підхід передбачає виявлення подібностей та відмінностей явищ об’єктивної дійсності. За його допомогою встановлюються причинно-наслідкові зв’язки між явищами і процесами в бізнес-середовищі, встановлюється їх достовірність чи відбувається їх спростування.

Компаративний аналіз передбачає:

- порівняння фактичних та планових значень;
- порівняння за певним критерієм в динаміці, розрахунок середнього темпу зростання даного критерію за відповідний часовий проміжок;
- порівняння з еталоном (нормативно-планові значення, кращі результати на попередні періоди, підприємство-конкурент і т.д.);
- їєрархієзацію за відносними показниками [6].

Компаративний аналіз господарської діяльності торговельного підприємства здійснюється в кілька етапів (рис.2):

І етап – визначення компаративних об’єктів;

ІІ етап – вибір виду порівняння (динамічне, просторове, щодо планово-нормативних значень);

ІІІ етап – вибір шкали порівняння і визначення ступеня значущості відмінностей;

ІV етап – вибір кількості критеріїв здійснення компаративного аналізу;

V етап – вибір виду критеріїв та ідентифікація їх значущості і важливості;

VI етап – вибір бази порівняння.

Класичний методологічний підхід здійснення комплексного аналізу господарської діяльності полягає у зведенні певної кількості показників у єдиний інтегральний показник, що визначає якісну відмінність досягнутого стану від бази порівняння, хоча при цьому визначити ступінь відмінності неможливо [9].

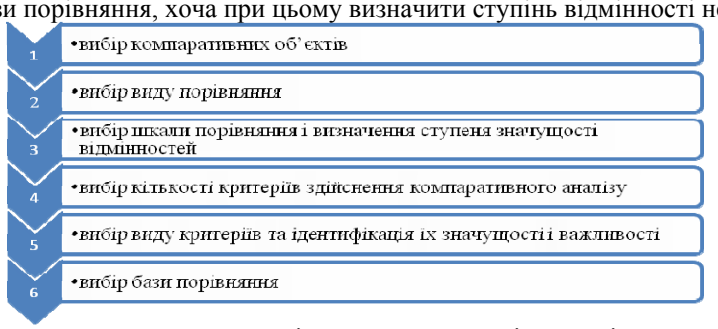

Рис. 2. Етапи здійснення компаративного аналізу господарської діяльності торговельного підприємства [власна розробка автора]

В основі розрахунку єдиного інтегрального показника лежить компаративний підхід (порівняння) підприємств за кожним результативним показником з умовним еталонним підприємством, що показало найвищі результати за всіма порівнюваними показниками. Таким чином, базою відліку для отримання інтегрального показника стану діяльності торговельних підприємств є не суб'єктивні припущення експертів, а сформовані в реальній конкуренції бізнес-середовища найвищі результати з генеральної сукупності порівнюваних об'єктів. Еталоном порівняння, в такому випадку, є підприємство-конкурент, що досягло найвищих результатів [4].

Такий інтегральний показник слугує, свого роду, орієнтиром в бізнес-середовищі, а для більш повної оцінки використовують систему параметрів, яка дасть можливість отримати повне уявлення про діяльність торговельного підприємства. Адже при орієнтації на єдиний інтегральний показник виникають труднощі в методологічному аспекті, незважаючи на те, що практична реалізація є досить простою, а здійснення аналізу на базі системи параметрів (показників) в методологічному аспекті реалізується просто, а практичне застосування - ускладнюється проведенням численних масштабних розрахунків [3].

Оскільки комплексний компаративний аналіз розглядає всі аспекти діяльності торговельного підприємства, виникає проблема вибору параметрів. Ця проблема дещо ускладнюється з урахуванням впливу низки факторів: цільове спрямування аналізу, його інформаційно-аналітичне забезпечення, наявність чи відсутність необхідних ресурсів тощо. Однак, якщо цільове спрямування має загальний характер, комплексність аналізу буде досягнута лише у випадку логічно сформованої системи параметрів. Така система слугує фундаментальною основою при здійсненні комплексного компаративного аналізу господарської діяльності торговельного підприємства.

Питання формування системи параметрів потребує особливої уваги, оскільки обрані її структурні елементи мають найбільш точно відповідати основним завданням комплексного компаративного аналізу. Тобто, систему параметрів слід розуміти як впорядковану їх множину, в якій кожний елемент (параметр) дає кількісно-якісну характеристику відповідним аспектам діяльності торговельного підприємства, їх стану та розвитку, але не дублює їх. Формування системи параметрів шляхом підбору відповідних елементів апріорі має базуватися на верифікативному підході, що забезпечить окреслення реальної економічної ситуації торговельного підприємства. В економічній літературі розроблено ряд вимог щодо формування такої системи параметрів, основними серед яких виділяють необхідну масштабність охоплення параметрами всіх аспектів діяльності підприємства та логічний взаємозв'язок цих параметрів.

Отже, врахування основних параметрів господарської діяльності торговельних підприємств і його конкурентів дозволить виділити групу параметрів, що мають безпосередній вплив на результат конкурентної боротьби, а також зіставити їх компаративним шляхом, і, виходячи з цього, оцінити в цілому конкурентоспроможність торговельного підприємства, як його здатність витримувати конкуренцію у порівнянні з аналогічними підприємствами в умовах конкурентного середовища.

Глобалізація товарних ринків, інтеграція України у міжнародні торговельно-економічні зв'язки значно посилюють роль конкуренції і об'єктивно сприяють інтенсифікації конкурентного середовища на ринку. В процесі здійснення комплексного компаративного аналізу підвищена увага приділяється конкурентоспроможності торговельного підприємства, яка розглядається як комплексна порівняльна характеристика, що відображає ступінь переваги сукупності показників оцінки можливостей підприємства, що визначають його успіх на певному ринку за певний проміжок часу по відношенню до сукупності аналогічних підприємств-конкурентів [10].

Виходячи з цього, комплексний компаративний аналіз повинен апріорі перешкоджати появі будь-яких негативних ситуацій в поточній діяльності підприємства, щоб не призвести до отримання негативних показників фінансового стану підприємства, прийняття помилкових управлінських рішень, втрати конкурентоспроможності торговельного підприємства.

Висновки. Саме комплексний компаративний аналіз покликаний підвищити об'єктивність оцінки діяльності торговельного підприємства і ефективність менеджменту його процесів, а також вихід на ієрархічно новий рівень конкурентоспроможності та забезпечення безпечного безперервного функціонування на ринку. Крім цього, компаративний аналіз відіграє неабияку роль в системі фінансового

менеджменту підприємства, даючи можливість кількісно та якісно оцінити його потенціал, виявити основні недоліки і переваги функціонування, інтерпретувати їх як можливості і загрози для подальшого функціонування, а також обрати оптимальну фінансову політику та маркетингову стратегію. Весь спектр можливостей, що відкриває комплексний компаративний аналіз, забезпечує ефективне функціонування торговельного підприємства сьогодні, дає можливість найбільш повно та точно скласти прогноз, креативно та неординарно вирішувати питання фінансового менеджменту, що в загальній сукупності забезпечить превентивну результативну та високоефективну господарську діяльність торговельного підприємства і буде гарантом його високої конкурентоспроможності як рушійного фактора позиціювання в бізнес-середовищі.

Джерела та література:

1. Айзард У. Методы регионального анализа : введение в науку о регионах / У. Айзард. – М., 1996. – 87 с.
2. Баканов М. И. Теория анализа хозяйственной деятельности : Учебник для вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. / М. И. Баканов – М. : Финансы и статистика, 1987. – 286с.
3. Головко І. В. Економічний аналіз фінансового стану підприємства : дис. канд. екон. наук : 08.00.09 / Головко Іван Вікторович. – К., 2008. – 370с.
4. Дєєва Н. М. Фінансовий аналіз: Навч. посібник для студентів вищих навч.закладів / Н. М. Дєєва – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 323с.
5. Ковалев В. В., Волкова О. Н. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М. : ПБОЮЛ Гриженко Е.М., 2000. – 424с.
6. Ковалев В. В. Финансовый анализ : методы и процедуры / В. В. Ковалев – М. : Финансы и статистика, 2001. – 560с.
7. Когденко В. Г. Экономический анализ : учеб. пособие для студентов вузов / В. Г. Когденко. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 390с.
8. Любушин Н. П. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия : Учеб. пособие для вузов / Н. П. Любушин, В. Б. Лещева, В. Г. Дьякова. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 471с.
9. Мних Є. В. Фінансовий аналіз : навч.посіб. / Є. В. Мних, Н. С. Барабаш. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 412с.
10. Нагірна Л. В. Конкурентний потенціал підприємства – основа забезпечення його конкурентних переваг / Л. В. Нагірна // Зб. наук. пр. «Економіка : проблеми теорії та практики». – 2010. – Випуск 262. – с. 444–448.
11. Програма розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року, затверджена постановою Кабінету Міністрів України від 24 червня 2009р. №632 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.zakon1.rada.gov.ua
12. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства : Навч. посіб. – 2-ге вид., випр. і доп. / Г. В. Савицька – К. : Знання, 2005. – 662с.
13. Тижненко Л. О. Моделі комплексної оцінки фінансового стану підприємства : автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.00.11 . / Л. О. Тижненко. – Х., 2007. – 17с.
14. «Україна у цифрах 2011. Статистичний збірник» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ukrstat.org/druk/katalog/kat_r/publ1_r.htm
15. Шеремет А. Д. Комплексный экономический анализ деятельности предприятия (вопросы методологии) / А. Д. Шеремет. – М. : Экономика, 1974. – 208 с.

Ключнікова К.Г. **УДК 332.14:001.895**

ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ПРИНЦИПОВИХ ДЕТЕРМІНАНТ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ

Аннотация. *В статье рассмотрено формирование основных принципиальных детерминант регионального инновационного развития Украины. Дано общее понятие термину «принцип». Исследованы основные принципы государственной инновационной политики Украины в соответствии с Законом Украины «Об инновационной деятельности». Проанализированы базовые принципы инновационного развития регионов Европейского Союза (ЕС) на основании классификации региональной политики ЕС. Обоснована группировка принципов инновационного развития регионов Украины.*
Ключевые слова: *принцип, инновационное развитие, регион, государственная инновационная политика, детерминанта, стратегия, планирование.*

Анотація. *У статті розглянуто формування основних принципових детермінант регіонального інноваційного розвитку України. Дано загальне поняття терміну «принцип». Виявлено основні принципи державної інноваційної політики України, відповідно до Закону України «Про інноваційну діяльність». Проаналізовано базові принципи інноваційного розвитку регіонів Європейського Союзу (ЄС) на підставі класифікації регіональної політики ЄС. Запропоновано угрупування принципів інноваційного розвитку регіонів України.*
Ключові слова: *принцип, інноваційний розвиток, регіон, державна інноваційна політика, детермінанта, стратегія, планування.*

Summary. *The formation of the basic fundamental determinants of regional innovation development of Ukraine was considered. A general definition of the term "principle" was given. The term "principle" comes from the*